

*Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar*  
*University of Miskolc Faculty of Economics*



# KONFERENCIA KIADVÁNY

A Gazdaságtudományi Kar megalapításának  
25. évfordulója alkalmából

„Mérleg és Kihívások”  
IX. NEMZETKÖZI TUDOMÁNYOS  
KONFERENCIA

*“Balance and Challenges”*  
**9<sup>TH</sup> INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE**

**2015. október 15-16.**  
**Miskolc-Lillafüred**

**ISBN 978-963-358-098-1**

**Felelős szerkesztő: Veresné Dr. Somosi Mariann**

**Szerkesztés: Dr. Lipták Katalin**

**Miskolci Egyetem  
Gazdaságtudományi Kar  
H-3515 Miskolc-Egyetemváros  
<http://gtk.uni-miskolc.hu>**

**ISBN 978-963-358-098-1**

## TARTALOMJEGYZÉK

### INTERNATIONAL TRENDS IN THE ECONOMICS SESSION

<i>Berényi, László</i>	10
REVISION OF ISO MANAGEMENT STANDARDS IN 2015 - EDUCATION CHANCES AND CHALLENGES	
<i>Bozsik, Sándor</i>	21
DELEVERAGING OF THE HUNGARIAN BANK SECTOR IN AN INTERNATIONAL COMPARISON	
<i>Csapi, Vivien – Posza, Alexandra – Bedő, Zsolt</i>	33
ENTREPRENEURSHIP AT THE UNIVERSITY OF PÉCS	
<i>Csordás, Tamás</i>	45
CULTURAL DIFFERENCES BETWEEN THE "WEST" AND CHINA: CROSS-CULTURAL MODELS AND CONFUCIAN EXAMPLES	
<i>Filosofova, Tatiana</i>	61
METHODOLOGY OF FORMATION OF INTERNATIONAL BUSINESS COMPETITIVENESS: NEW FACTORS IN THE INSTABILITY ECONOMY	
<i>Kirsanov, Sergei – Safonov, Yevgeny – Tambovceva, Tatjana</i>	66
PROBLEMS OF EFFICIENT USE OF THE REGION'S POTENTIAL TO IMPROVE ITS COMPETITIVENESS	
<i>Kobielieva, Tatiana – Tkacheva, Nadezhda – Kobielieva, Anna</i>	74
FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF MACHINE- BUILDING ENTERPRISES ON THE BASIS OF BENCHMARKING	
<i>Marciniak, Róbert</i>	85
INTERNATIONAL EXPERIENCES ABOUT SHARED SERVICES SOLUTION IN THE HIGHER EDUCATION SECTOR	
<i>Maslak, Olga – Maslak, Maria – Bezruchko, Olga</i>	96
CREATING INNOVATIVE CLUSTERS AS A PREREQUISITE OF DEVELOPMENT OF TECHNOLOGY TRANSFER IN UKRAINE	
<i>Nagy, Szabolcs</i>	103
CRITERIA OF EFFECTIVE MARKETING – ANALYSIS OF CORPORATE MARKETING ACTIVITIES IN HUNGARY	
<i>Pererva, Petro – Kosenko, Oleksandra – Tkachov, Maksim</i>	113
ECONOMIC PROBLEMS OF INTELLECTUAL PROPERTY	
<i>Savchenko, Olga – Poberezhna, Kateryna</i>	125
ASSESSMENT OF LEVEL LABOR POTENTIAL COMPETENCIES OF INTELLECTUAL ORGANIZATION ON THE EXAMPLE OF UKRAINIAN ENTERPRISES	

### PARADIGMAVÁLTÁS SZEKCIÓ

<i>Angyal Ádám</i>	136
AZ INNOVÁCIÓ TÁRSADALMI KOCKÁZATAI	
<i>Bedzsula Bálint – Dénes Rita – Topár József</i>	140
MÉRŐSZÁMOK SZEREPE A TÁRSADALMI SZOLGÁLTATÁSOK MINŐSÉGFEJLESZTÉSÉBEN	
<i>Fülöp Gyula – Sebestyén Szép Tekla</i>	154
GLOBÁLIS TRENDEK ÉS A VÁLLALATOK GLOBÁLIS STRATÉGIAI MENEDZSMENTJE	
<i>Gyökér Irén – Finna Henrietta</i>	167
PARADIGMA VÁLTÁS A FELSOÓKTATÁSBAN: JÁTÉK ALAPÚ TANULÁS A MENEDZSMENTOKTATÁSBAN	
<i>Kovács Levente</i>	179
A PÉNZÜGYI KULTÚRA EURÓPÁBAN, MAGYARORSZÁGON ÉS A MISKOLCI EGYETEMEN	
<i>Kovács Zoltán – Kovács Viktor</i>	188
EGY UNIVERZÁLIS JÁTÉKPLATFORM	
<i>Lipták Katalin</i>	196
NŐK A TUDOMÁNY VILÁGÁBAN – EGY FELMÉRÉS EREDMÉNYEI	
<i>Majó-Petri Zoltán – Kazár Klára</i>	211
A MOOC ÜZLETI MODELLJE: AZ E-BUSINESS ÉS AZ AUTONÓM MUNKAÉVGZÉS INFLEXIÓS PONT AZ OKTATÁSBAN?	
<i>Mészáros Tamás</i>	221
25 ÉV MÚLVA, AVAGY A STRATÉGIAI MENEDZSMENT FEJLŐDÉSE A MISKOLCI EGYETEM GAZDASÁGTUDOMÁNYI KARÁNAK MEGALKULÁSÁTÓL (1990) NAPJAINKIG	
<i>Sáfrányné Gubik Andrea – Farkas Szilveszter</i>	232
SEGÍTI-E A FELSOÓKTATÁSI KÖRNYEZET A HALLGATÓK VÁLLALKOZÓVÁ VÁLÁSÁT?	

### TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ (T-MODELL) SZEKCIÓ

<i>Benedek József – Kocziszky György – Veresné Somosi Mariann</i>	247
ÚJ INNOVÁCIÓS PARADIGMA? REGIONÁLIS TÁRSADALMI INNOVÁCIÓS POTENCIÁL JAVÍTÁSÁNAK LEHETŐSÉGE SZAKÉRTŐI RENDSZER SEGÍTSÉGÉVEL, LEHETŐSÉGEK ÉS KORLÁTOK	
<i>Csák Csilla</i>	255
SZOCIÁLIS INKLÚZIÓ MEGVALÓSULÁSA A SZOCIÁLIS FARMRENDSZER KERETEI KÖZÖTT	
<i>Fülöp Gyula – Szegedi Krisztina – Illés Balázs – Kerchner András</i>	265
A VÁLLALATI TÁRSADALMI FELELŐSSÉG ÉS A TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ KAPCSOLATA	

<i>G.Fekete Éva</i>	274
TÁRSADALMI INNOVÁCIÓK A HELYI FOGLALKOZTATÁSBAN	
<i>Kocziszkó György – Veresné Somosi Mariann – Balaton Károly</i>	288
TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ MÉRÉSÉNEK SAJÁTOSSÁGAI	
<i>Musinszki Zoltán – Nagy Zoltán</i>	302
MELYIKET VÁLASSZAM? A MEZŐGAZDASÁGI TEVÉKENYSÉGET TÁMOGATÓ ÜGYVITELI SZOLGÁLTATÁSOK FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI	
<i>Nagy Katalin – Piskóti István</i>	214
ÚTVONAL-ALAPÚ TURISZTIKAI TERMÉKFEJLESZTÉS, MINT A TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ ESZKÖZE – HISTÓRIA-VÖLGY A CSEREHÁTON	
<i>Pankucsi Márta</i>	330
A TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ EMBERI TÉNYEZŐI	
<i>Piskóti István – Dankó László – Nagy Katalin – Szakál Zoltán – Molnár László</i>	340
TÉRSÉGI IDENTITÁS ÉS MÁRKA-MODELLEK GYAKORLATI ADAPTÁCIÓJA TÁRSADALMI MARKETING MEGKÖZELÍTÉSBEN	
<i>Piskóti István – Molnár László – Gulyásné Kerekes Rita – Nagy Szabolcs – Karajz Sándor – Bartha Zoltán – Kis-Orloczki Mónika</i>	354
TERMÉKEK ÉS SZOLGÁLTATÁSOK PIACI POTENCIÁLJÁNAK KOMPLEX VIZSGÁLATI MODELLJE – A CSEREHÁTI TÉRSÉG ESETE	
<i>Tóth Géza – Nagy Zoltán – Péter Zsolt – Szendi Dóra</i>	368
SMART CITY ALKALMAZÁSOK BEVEZETÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI CSEREHÁTI MINTATERÜLETEN	
<i>Várkonyiné Juhász Mária</i>	380
TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK ALAPÍTÁSÁVAL, MŰKÖDTETÉSÉVEL KAPCSOLATOS KIHÍVÁSOK	

### **TÉRGAZDASÁGTAN, GLOBALIZÁCIÓ SZEKCIÓ**

<i>Dabasi Halász Zsuzsanna</i>	391
FIATALOK MIGRÁCIÓS HELYZETE NAPJAINK EURÓPÁJÁBAN, A NEET JELENSÉG HÁTTERE ÉS A MOBILITÁS MINT MEGOLDÁSI LEHETŐSÉG	
<i>Hauck, Torsten</i>	398
ENTWICKLUNG DES EUROPÄISCHEN EMISSIONSHANDELSSYSTEMS (EU-ETS)	
<i>Gályász József</i>	406
KLÍMAVÉDELMI ÉS ENERGETIKAI EGYEZMÉNYEK SZAKMAI TÁMOGATÁSA	
<i>Lang, Gerhard</i>	417
IMMOBILIENBLASE IN DEUTSCHLAND?!	
<i>Nemes Gusztáv – Varga Ágnes</i>	434
TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ ÉS TÁRSADALMI TANULÁS A VIDÉKFEJLESZTÉSBEN – SIKEREK, PROBLÉMÁK, DILEMMÁK	
<i>Nováky Erzsébet</i>	445
A MA MÉRLEGE ÉS A JÖVŐ KIHÍVÁSAI	

<i>Petruska Ildikó – Kovács István</i>	455
ÁGAZATI JELLEMZŐK VIZSGÁLATA A HAZAI AKKREDITÁLT INNOVÁCIÓS KLASZTEREK ESETÉBEN	
<i>Szerb László</i>	467
A MAGYAR KISVÁLLALATOK VERSENYKÉPESSÉGÉNEK VIZSGÁLATA REGIONÁLIS ÖSSZEHOSONLÍTÁSBAN	
<i>Tóthné Szita Klára</i>	482
KIHÍVÁSOK 2025-RE	
<i>Vilmányi Márton – Hetesi Erzsébet</i>	494
A DINAMIKUS EGYÜTTMŰKÖDÉSI KÉPESSÉG HATÁSA AZ EGYÜTTMŰKÖDÉSEK SIKERESSÉGÉRE	

### ÜZLETI FOLYAMATOK SZEKCIÓ

<i>András Krisztina – Máté Tünde</i>	507
MIÉRT ÉPPEN MAGYARORSZÁG? – SPORT. GAZDASÁG. NEMZETKÖZI SPORTRENDEZVÉNYEK	
<i>Dunay Anna – Swadzba Urszula – Vinogradov Sergey – Illés Bálint Csaba</i>	516
MAGYAR EGYETEMI HALLGATÓK PÉNZÜGYI TUDATOSSÁGA ÉS VÁLLALKOZÓI ATTITÜDJE	
<i>Eperjesi Zoltán</i>	529
A KÖZMŰSZOLGÁLTATÓK ÚJRAÁLLAMOSÍTÁSI TENDENCIÁINAK BEMUTATÁSA A NÉMET SZÖVETSÉGI KÖZTÁRSASÁGBAN	
<i>Ercsey Ida</i>	541
A FIATAL GENERÁCIÓ FOGYASZTÓI MAGATARTÁSA A KÖZÖS ÉRTÉKTEREMTÉS TÜKRÉBEN	
<i>Gaál Zoltán – Lehota János</i>	552
PÁRHUZAMOS VILÁGOK – A MENEDZSMENTTUDOMÁNY ÉS A MODERN IRODALOMTUDOMÁNY LÉTREJÖTTÉNEK PARALEL MOZZANATAI	
<i>Illés Bálint Csaba – Tóth András József – Dunay Anna – Fülöp Lajos – Bittsánszky András</i>	566
INNOVATÍV ÉLELMISZER-ELLENŐRZÉS A KERESKEDELEMBEN ÉS A VENDÉGLÁTÓIPARBAN	
<i>Illés Mária</i>	575
AZ AGGREGÁLT TŐKEIGÉNY GYORS BECSLÉSÉNEK LEHETŐSÉGE A BELSŐ KAMATLÁB ESETÉN	
<i>Juhász Péter – Dobos Imre – Mandják Tibor – Wimmer Ágnes</i>	587
ÜZLETI TELJESÍTMÉNY A HÁLÓZATI POZÍCIÓ ÉS KÉPESSÉGEK TÜKRÉBEN	
<i>Kántor Béla</i>	598
SZÁMVITELI INFORMÁCIÓK VS. ADÓZÁS	
<i>Karajz Sándor</i>	608
AZ ÁGENSALAPÚ MAKROGAZDASÁGI MODELLEZÉS SAJÁTOSSÁGAI	
<i>Koltai Tamás – Uzonyi-Kecskés Judit</i>	617
DINAMIKUS DEA MODELL ALKALMAZÁSA EGY TERMELÉSSZIMULÁCIÓS-JÁTÉK ÉRTÉKELÉSÉRE	

<i>Kunos István</i>	629
A COACHING KITERJESZTÉSE	
<i>Lukács János</i>	639
MIT MUTAT ÉS MIT NEM A MÉRLEG, AVAGY KIOLVASHATÓ-E A MÉRLEGBŐL A CSALÁS?	
<i>Majoros Károly Tamás</i>	648
KÖZÖSSÉGI FINANSZÍROZÁS vagy ÖTLET TRANSZFORMÁLÁS	
<i>Noszkay Erzsébet</i>	655
A FELELŐS CSALÁDI VÁLLALKOZÁS ÁTÖRÖKÍTÉSÉNEK DILEMMÁI ÉS HAZAI PROBLÉMÁI	
<i>Pál Tibor</i>	667
MI KELL AZ ÜZLETHEZ? KÉPZÉSI KIHÍVÁSOK A FELSŐOKTATÁSBAN	
<i>Pataki Béla – Pádár Katalin</i>	676
A VÁLTOZTATÁSOK KLASSZIKUS SIKERKRITÉRIUMAINAK ÉS FELTÉTELI FORMULÁINAK ÚJRAGONDOLÁSA	
<i>Pulay Gyula</i>	687
INTEGRITÁSKÖZPONTÚ VEZETÉS: PARADIGMAVÁLTÁS A KORRUPCIÓ ELLENI KÜZDELEMBEN	
<i>Szabó Dániel Róbert – Józsa László</i>	695
ZENÉK A LEGSIKERESEBB MÁRKÁK TELEVÍZIO- REKLÁMJAIBAN	
<i>Szakály Dezső</i>	705
GRAFÉN HULLÁM – EGY TECHNOLOGIAVÁLTÁS KIHÍVÁSAI ÉS LEHETŐSÉGEI	
<i>Szegedi Krisztina – Szilágyi Roland</i>	721
AZ ETIKAI KOMMUNIKÁCIÓ ÉS AZ ETIKAI TRÉNING SZEREPE A MAGYAR NAGYVÁLLALATOKNÁL	
<i>Szűcs Edit – Kovács Sándor – Balla Tibor</i>	733
VEZETŐI KOMPETENCIÁK ÉS AZ INTÉZMÉNY VERSENYKÉPESSÉGE	
<i>Szűcsné Szaniszló Zsuzsa</i>	746
ELKÖTELEZETTSÉG A GYAKORLATBAN	
<i>Tóth Zsuzsanna Eszter – Jónás Tamás – Kövesi János</i>	759
ÜZLETI FOLYAMATOK MEGBÍZHATÓSÁGÁNAK FUZZY ALAPÚ MODELLEZÉSE	
<i>Virág Imre</i>	769
A HUMÁN KOCKÁZATOK RENDSZER ALAPÚ MEGKÖZELÍTÉSE	

### TOVÁBBI TANULMÁNYOK

<i>Bartha Zoltán</i>	784
ENERGIAÁRAK ALAKULÁSA MAGYARORSZÁGON ÉS AZ OECD ÁLLAMOKBAN	
<i>Csiszár Csilla Margit</i>	795
MÉRLEGEN A FOGYASZTÓVÉDELEM	
<i>Gácsi, Roland – Zéman, Zoltán – Szabó, Zoltán László</i>	809
BALANCED SCORECARD IN HIGHER EDUCATION	

<i>Holyevác Csaba</i>	814
A HAZAI FÖLDGÁZIPARI VÁLLALATOK OPTIMALIZÁCIÓS ÉS INNOVATÍV SZERVEZETFEJLESZTÉSI JÖVŐKÉPE	
<i>Hornyák Zsófia – Olajos István – Szilágyi János Ede</i>	826
A HELYI TERMÉKEK MARKETINGJÉBEN SZEREPEL BÍRÓ TERMÉKJELÖLÉSEK JOGI SZABÁLYOZÁSA	
<i>Horváthné Csolák Erika</i>	837
AZ AMORTIZÁCIÓS FEDEZET PROBLÉMÁJA AZ EGÉSZSÉGÜGYBEN	
<i>H.Kovács Judit</i>	846
TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ - A ROMA FELZÁRKÓZÁSI PROGRAM NÉGY TÁRSADALMI ALAPPILLÉRE – MISSZIÓS SZEMLELETTTEL	
<i>Leskó Anett Katalin</i>	863
KLASZTEREK TRANZAKCIÓANALÍZISE	
<i>Lipták Katalin – Péter Zsolt</i>	871
A HATÁRMENTI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK JELLEMZŐI MAGYARORSZÁGON	
<i>Süveges Gábor Béla</i>	883
KÖLTSÉG ÉS ÖNKÖLTSÉGSZÁMÍTÁS VALAMINT A PÉNZÜGYI TERVEZÉS JELENTŐSÉGE AZ EURÓPAI UNIÓ 2007-2013-AS PROGRAMOZÁSI IDŐSZAK FŐBB PÁLYÁZATAIBAN	
<i>Szemán, Judit</i>	892
THE CAMELS TYPE ANALYSIS OF THE HUNGARIAN BANK SYSTEM	
<i>Szilágyiné Fülöp Erika</i>	903
A KAMARÁK VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI TEVÉKENYSÉGE KÜLÖNÖS TEINTETTEL A SZOLGÁLTATÁSOK MEGÍTÉLÉSÉRE-BOKIK ESETTANULMÁNY	
<i>Szűcsné Markovics Klára</i>	913
A BERUHÁZÁSI DÖNTÉSEK ELŐKÉSZÍTÉSÉNEK IDŐSZÜKSÉGLETÉT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK A HAZAI FELDOLGOZÓIPARBAN	
<i>Tokár-Szadai Ágnes</i>	920
A TANÁCSADÁSI SZOLGÁLTATÁS IGÉNYBEVÉTELÉNEK CÉLJAI ÉSZAKKELET-MAGYARORSZÁGON	
<i>Tóth Zoltán</i>	929
A KKV SZÉKTOR VERSENYKÉPESSÉGÉNEK FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI AZ EURÓPAI UNIÓS FORRÁSOK TÜKRÉBEN, ILLETVE A FORRÁSOK MEGFELELŐ ELOSZTÁSÁNAK SAROKKÖVEI	
<i>Tóthné Kiss Anett</i>	940
INNOVÁCIÓK SIKERESSÉGÉNEK VIZSGÁLATA; KAPCSOLAT A VÁLLALATI TELJESÍTMÉNNYEL	



# MÉRLEGEN A FOGYASZTÓVÉDELEM CONSUMER PROTECTION AT SCALE

**Csiszár Csilla Margit**

tanársegéd, Miskolci Egyetem, 3515 Miskolc - Egyetemváros,  
Tel.:06/46 565-111 11-06 mellék, E-mail cím: csizar.csilla@uni-miskolc.hu

## ÖSSZEFOGLALÁS

*A fogyasztóvédelem napjainkban egyre meghatározóbb globális, és gazdasági kérdés. A fogyasztó és a vállalat közötti egyensúlyi kapcsolat fenntartásában és esetenként helyreállításában elsődleges szerepet tölt be. A téma vizsgálata a szervezetek által végzett fogyasztóvédelmi tevékenységek oldaláról, rendszerszemléletben történik. A tanulmány nemzetközi kontextusba helyezve állítja mérlegre a magyar fogyasztóvédelmi tevékenységek eredményességét, figyelembe véve a fogyasztói és a vállalati nézőpontot egyaránt. Az elemzés középpontjában alapvetően a hazai hatósági- és a fogyasztói jogérvényesítési tevékenységek állnak, melynek eredményeképpen átfogó képet kapunk többek között a hatósági ellenőrzésekről, a fogyasztói panaszkezelések különböző módjairól, a fogyasztói magatartás, és a vállalkozások tisztességes piaci magatartásának megítéléséről. A tanulmány a magyar helyzetkép nemzetközi viszonylatban történő értékelése mellett, iránymutatást is nyújt a jövőbeli kihívások és fogyasztóvédelmi intézkedések tekintetében.*

## SUMMARY

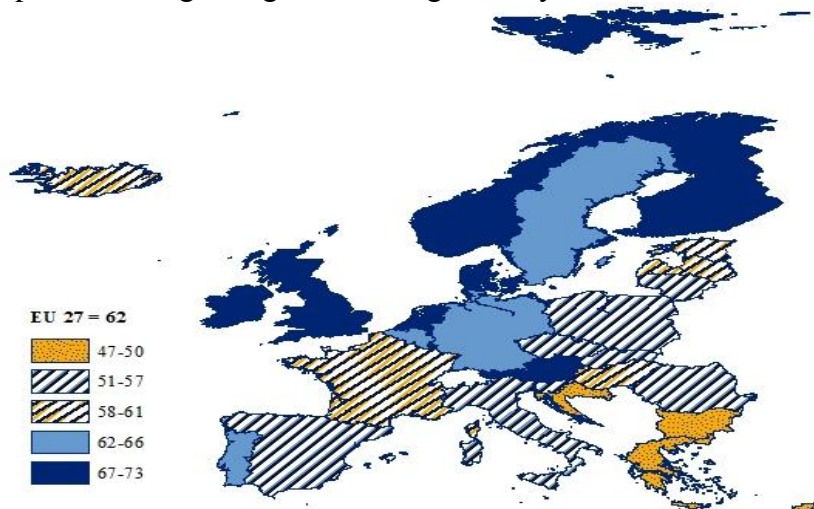
*Consumer protection tends to become an ever decisive matter on a global and economic scale these days. It plays a principle role in maintaining and occasionally in recovery of balance between consumers and companies. This case study examines consumer protection as a system through the activity of protectional organizations. It puts the efficiency of consumer protection in Hungary compared to international examples on a scale, considering consumer and company aspects alike. The study basically focuses on the activities for legal claims of authorities and consumers, from which we can obtain an overall view of the appreciation of official control, different handlings of consumer complaints, the attitude of consumers and decent market policy of enterprises as well. The study serves as a guidance for future challenges and measures in the field of consumer protection, besides the evaluation of the state of affairs in Hungary from an international viewpoint.*

## BEVEZETÉS

A fogyasztóvédelem egy rendkívül összetett, bonyolult terület, ebből adódóan átfogó vizsgálata is nehézkes. A témát elemző tudományos munkák jellemzően jogi és csekély mértékben közgazdasági, illetve szociológiai vonatkozásúak. A terület fontossága ellenére, még a mai napig is egy változó, feltérképezetlen területnek számít, melyet önmagában az is jól példáz, hogy még a jog területén sincs egységes meghatározás a fogyasztóvédelem fogalmára. A kutatás során alkalmazott fő vizsgálati módszer a rendszerszemlélet. A tanulmány alapfeltevése, hogy a fogyasztóvédelem egymással szoros kölcsönhatásban álló tevékenységek sorozata, melyek együttesen rendszert alkotnak.

## 1. FOGYASZTÓVÉDELMI HELYZETKÉP

A fogyasztóvédelem helyzetének mérése még új, kidolgozatlan területnek tekinthető. Napjainkban egyre több felmérés készül ehhez kapcsolódóan, különböző mutatószámokat dolgoznak ki, amelyeket folyamatosan fejlesztenek. Egyik mérési terület a fogyasztói környezet vizsgálata. Az Európa 2020 stratégia iránymutatása a tagállamokat „az üzleti és fogyasztói környezet javítására” szólítja fel. Az európai fogyasztóügyi stratégiában meghatározott célok szerint a jövőben erősíteni kell a fogyasztók biztonságát, növelni a tájékozottságukat, fokozni és biztosítani a jogérvényesítést, összehangolni a fogyasztói jogokat és szakpolitikákat, azzal a szándékkal, hogy az egységes piac középpontjába a fogyasztók kerüljenek. Mindezen célkitűzések megvalósulásának előrehaladását mérik fel a fogyasztói piacok eredménytáblái. A fogyasztói környezet minőségét az eredménytábla a „**fogyasztói helyzetet értékelő mutató**” által vizsgálja. Ez egy összetett mutató, mely a fogyasztók és kiskereskedők körében végzett uniós felmérések eredményein alapuló 12 összetevőt foglal magába, 5 területet érintve: (1) a fogyasztók biztonságérzete; (2) jogellenes kereskedelmi gyakorlatok; (3) fogyasztói panaszok; (4) jogérvényesítés; (5) termékbiztonság. Az egyes területek azonos súllyal kerülnek be a komplex mutatóba, melynek értéke maximum 100 pont lehet. A mutató értéke minél nagyobb, annál jobb a fogyasztók helyzete az adott országban. Az alábbi térkép (1. ábra) 5 kategóriába sorolva mutatja az egyes országok pontszámait. A jelenlegi legfrissebb felmérés (2012) szerint, a legkedvezőbb helyzetet kínáló országok a pontszámok sorrendjében Finnország (73), az Egyesült Királyság, Hollandia, Luxemburg, Írország, Dánia, Norvégia, Ausztria. Az uniós átlag (62) feletti eredménnyel rendelkezik Svédország, Belgium, Németország, valamint Portugália. A fogyasztók helyzete a legtöbb keleti és déli tagállamban kedvezőtlenebb, ezen belül Bulgária, Horvátország, Ciprus és Görögország értékei a legalacsonyabbak.

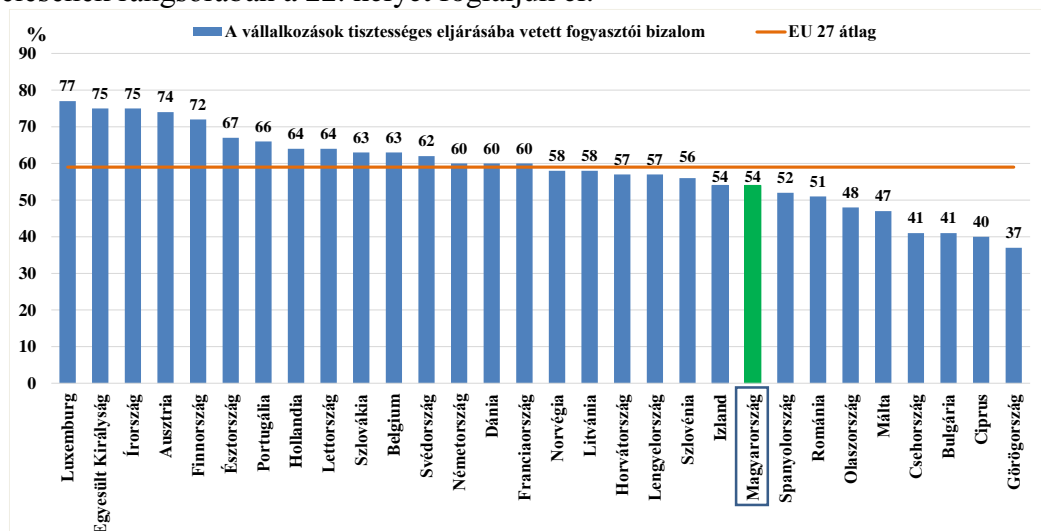


**1. ábra: Fogyasztói helyzetet értékelő mutató, 2012**

Forrás: Saját szerkesztés (Európai Bizottság, 2013, p. 34) adatai alapján

Magyarország mutatója 60, mely nem sokkal az uniós átlag alatt van. A korábbi hazai eredményeket vizsgálva, a legtöbb összetevő változásában növekvő tendencia figyelhető meg az első, azaz a 2008. évben vizsgált eredményekhez képest. A legnagyobb növekedés a bíróságon és az azon kívül történő jogvita rendezési nehézségének pozitívabb megítélésében, valamint a fogyasztóvédelmi szervezetekbe vetett bizalom növekedésében következett be. A legnagyobb visszaesés a jogellenes kereskedelmi gyakorlatok esetén tapasztalható, mivel 2008-ban tízből négy, míg 2012-ben már hat fogyasztó találkozott félrevezető, vagy megtévesztő ajánlatokkal. Csökkent továbbá azon fogyasztók aránya is, akik szerint a kereskedők/szolgáltatók tiszteletben tartják a fogyasztók jogait. A 2. ábra azon lakosság

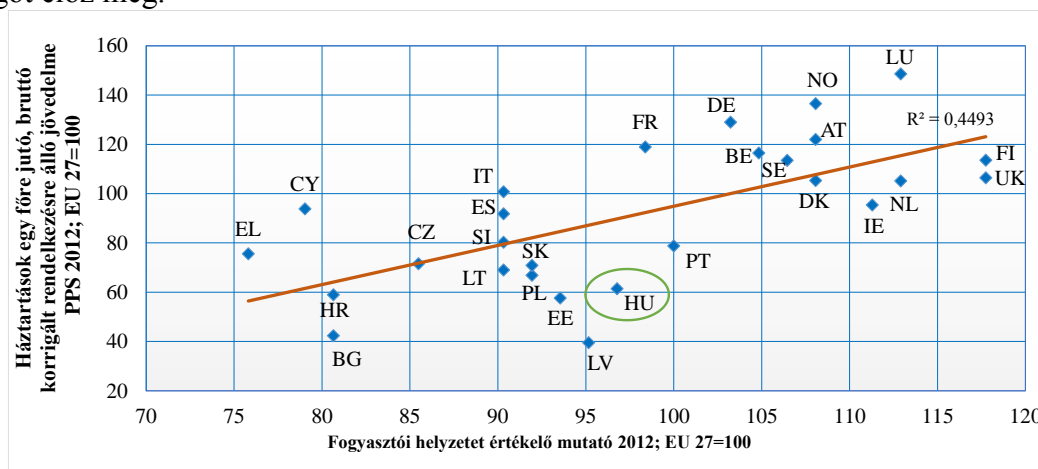
százalékos arányát mutatja, akik bíznak abban, hogy a vállalkozások tiszteletben tartják a jogukat. Az eredmények alapján, Magyarországon a fogyasztók nem túl pozitívan ítélik meg a vállalkozások magatartását. A felmérés szerint csak minden második magyar lakos értett teljes mértékben egyet azzal az állítással, hogy a kereskedők/szolgáltatók tiszteletben tartják a jogukat. Ezzel az eredménnyel a nemzetközi összehasonlításban a 30 európai ország lakossági megítélésének rangsorában a 22. helyet foglaljuk el.



**2. ábra: A tisztességes vállalkozói magatartás lakossági megítélése, 2012**

Forrás: Saját szerkesztés (Flash EB 358, 2013) kutatási eredmények alapján

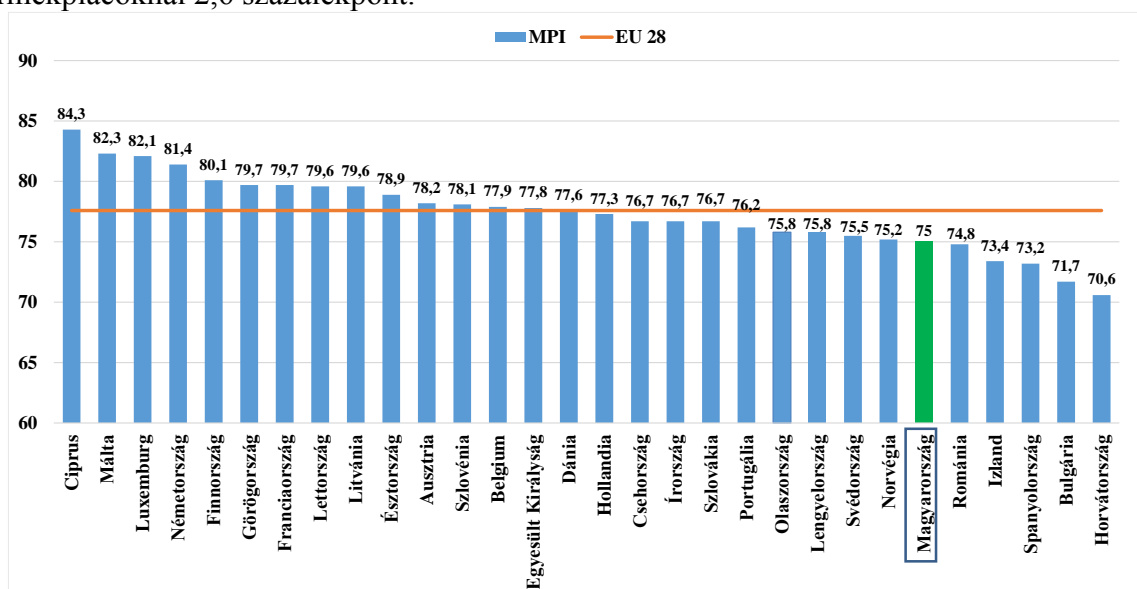
A 2013. évi fogyasztói piaci eredménytábla alapján a fogyasztók helyzetét értékelő mutató és a háztartások egy főre jutó bruttó rendelkezésre álló jövedelme szoros kapcsolatban áll egymással. Az egyes országok árszintjéből adódó különbségeket kiszűrve a jövedelmet vásárlóerő-egységen kifejezve és mindkét mutatót az EU-27=100 értékhez viszonyítva az alábbi eredményt (3. ábra) kapjuk. Az értékek a fogyasztói helyzetet értékelő mutatónál 76 és 118, míg a bruttó korrigált rendelkezésre álló jövedelem esetén 39 és 148 között mozognak. A legkedvezőbb helyzetet mutató országok csoportja megegyezik a fent (1. ábra) bemutatott felsorolással. A rendelkezésre álló jövedelem és helyzetértékelő mutató szerinti ország rangsorban a legnagyobb eltérés Ciprus, Málta, Görögország, Izland, Olaszország, Lettország, Franciaország és Magyarország esetében adódik. Hazánk a fogyasztói helyzetet értékelő mutató alapján középmezőnyben van, míg a rendelkezésre álló jövedelem esetében mindössze 4 országot előz meg.



**3. ábra: A fogyasztók helyzetét értékelő mutató, és a háztartások egy főre jutó bruttó korrigált rendelkezésre álló jövedelme (vásárlóerő-egység), 2012**

Forrás: Saját szerkesztés (Európai Bizottság, 2013), és (Eurostat, 2012) adatok alapján

A fogyasztói környezet esetében a fogyasztói piacok minőségét is vizsgálják, egyrészt hogy meghatározzák azokat a piacokat, amelyek a fogyasztók szempontjából nem megfelelően működnek, mivel „ahhoz, hogy az egységes piac hozzájáruljon az Európa 2020 stratégia célkitűzéseinek (úgy mint az üzleti, fogyasztói környezet javításának) megvalósításához, jól működő, egymással összeköttetésben álló piacokra van szükség, ahol a verseny és a fogyasztók hozzáférése ösztönzi a növekedést és az innovációt” (EURÓPA 2020, 2010, p. 23). Másrészt, hogy minél jobban megismerjék a fogyasztók magatartását, problémáit, panaszait, elégedettségét. A fogyasztói piacok minőségét 2010 óta úgynevezett **piaci teljesítménymutató (MPI)**<sup>1</sup> által is mérik. Ez egy olyan összetett mutató, amely a fogyasztói tapasztalatok négy területtel kapcsolatos felmérési eredményein alapul: (1) a termékek vagy szolgáltatások összehasonlíthatóságának egyszerűsége, (2) a vállalkozásokba vetett bizalom (a fogyasztók bizalma a tekintetben, hogy a kereskedő betartja-e a fogyasztóvédelmi szabályokat, (3) a problémák felmerülése, és azok milyen mértékben vezettek panasz benyújtásához; (4) a fogyasztók elégedettsége (milyen mértékben felel meg a piac a fogyasztó elvárásának). A mutató négy elemét egyenlően súlyozzák, értéke 100 lehet. Az MPI uniós szinten 52 fogyasztói (termék és szolgáltatás) piacot rangsorol.<sup>2</sup> A mutató értéke az egyes európai országokban (4. ábra) szignifikánsan eltér egymástól, ami nemcsak a teljesítmény tényleges különbség miatt adódhat, hanem annak egyéb (társadalmi, gazdasági) okai is lehetnek. Ilyenek például a kulturális különbségek, az eltérő fogyasztói szokások, a tudatosabb, kritikusabb fogyasztók, az árkülönbségek, az adott ország gazdasági helyzete, stb. Mindezt figyelembe véve a piaci teljesítményt a ciprusi, a máltai és a luxemburgi fogyasztók értékelik a legmagasabbra, míg a horvát, a bolgár és a spanyol fogyasztók a legkritikusabbak. A hazai fogyasztók szintén kevésbé értékelik pozitívan a piacokat. Az EU-28 átlagától 2,6 százalékponttal marad el, míg 2012-ben az előző évhez képest összességében 3,7-es növekedés addig 2013-ban 2,4 százalékpontos csökkenés figyelhető meg az összes piac vonatkozásában (termékpiac esetében ez 2,7, szolgáltatás piac esetében ez 2,2 százalékpont). A fogyasztók a szolgáltatások piacát értékelik kevésbé jónak, ez az EU-28 átlagától 2,9 százalékponttal marad el, míg ugyanez a termékpiacoknál 2,6 százalékpont.



**4. ábra: Piaci teljesítménymutató (MPI) Európában- összes piac, 2013**

Forrás: Saját szerkesztés (Market monitoring, 2013, pp. 7-99) kutatási eredmények alapján

<sup>1</sup> Market Performance Indicator

<sup>2</sup> A felmérés nem terjed ki a lakhatásra, az oktatásra és a legtöbb egészségügyi termékre és szolgáltatásra. Inkább egyfajta „jelzéssel” szolgál arról, hogy a fogyasztók milyenek érzékelik a piacokat, nem pedig a piacok valós működésének teljes körű értékelését jelenti. A felmérés véletlenszerű, 500 fős mintán alapul, olyan fogyasztói véleményeket tükröz, akik az egyes piacokon a közelmúltban vásárlási tapasztalatot szereztek, vagy jelenleg is rendszeresen szereznek.

A termékek piacán a rangsorban legelől a „könyvek, magazinok és újságok”, az alkoholmentes italok és az „új autók” piaca, míg leghátul a „használt autók”, a „ruházati és lábbeli”, és „a hús és húskészítmények” piaca helyezkedik el. A legutóbbi felmérés alapján 15 piacon volt csökkenés az előző évhez képest, azok közül is a legnagyobb mértékű a „higiéniai termékek” és a „nem vényköteles gyógyszerek” piacán következett be, míg jelentősebb növekedés az „új autók” piacán volt. Hazánkban összességében az első három szolgáltatási piacok közé tartozik a „higiéniai-”, a „kulturális és szórakoztatási-”, valamint az „offline szerencsejáték” szolgáltatások piaca, míg az utolsó a „banki befektetések, magánjáradékok és értékpapírok”, a „kölcsonök, hitelek és hitelkártyák”, és legrosszabbnak ítélt a „jelzálogok” piaca. Az utóbbi két piac és a gázszolgáltatások piaca marad el a legnagyobb mértékben az EU-28 átlagától. Magyarországon általános csökkenés volt megfigyelhető szinte minden szolgáltatási piacon 2013-ban, legnagyobb volt a „kölcsonök, hitelek és hitelkártyák”, a „mobiltelefon-szolgáltatások”, és a „TV-előfizetések” piacán. A pozitív változás mindössze az „ingatlan szolgáltatások”, a „villamosenergia-szolgáltatás” és a „szervezett utazások és körutak” piacokon következtek be.

## **2. A FOGYASZTÓVÉDELMI TEVÉKENYSÉGEK HAZAI MEGÍTÉLÉSE**

A fogyasztóvédelmi tevékenységek folyamata korábbi saját kutatás alapján<sup>3</sup> két szakaszra bontható, első a szabályozás, második a szabályértvényesítés. A tanulmány a második szakaszra koncentrál, azt vizsgálja részletesen. A szabályozáshoz alapvetően a fogyasztók érdekeinek védelmére, kiszolgáltatottságának csökkentésére, a termékek és szolgáltatások és azok értékesítési körülményeire vonatkozó szabályok kialakítása tartozik. Ezek jellemzően jogalkotási tevékenységek. A második szakasz azon tevékenységek összességét foglalja magába, amelyek biztosítják, illetőleg segítik az első szakaszban megalkotott szabályok érvényre jutását. A gyakorlatban ez a szabályok megsértésének megelőzését, ellenőrzését, szükség esetén kikényszerítését, a szabályok megsértése esetén annak feltárását, minél hamarabbi orvoslását és az érvényesülés támogatását jelenti. A tanulmány ezeket három külön csoportban elemzi, úgy mint a hatósági-, a fogyasztói jogértvényesítési- és az érvényesítést támogató tevékenység.

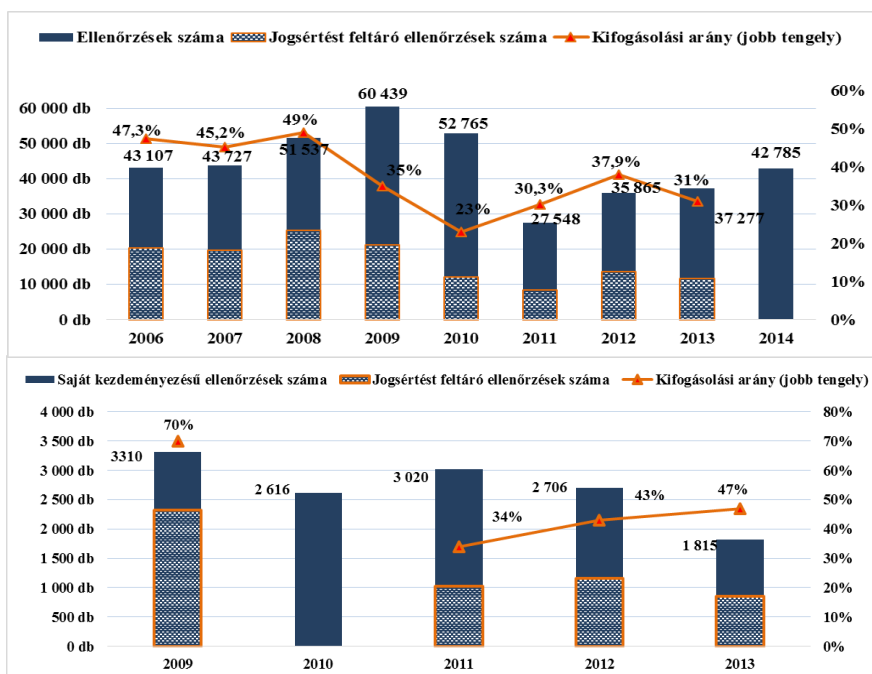
### **2.1. Hatósági tevékenység**

A hazai fogyasztóvédelmi hatóságok tevékenységi struktúrájában legnagyobb súlyt a hatósági ellenőrzés képvisel. Az ellenőrzéseket típus szerint vizsgálva (fogyasztóvédelmi, piacfelügyeleti, élelmiszerlánc felügyeleti) az alábbi eredmények mutathatók ki. A fogyasztóvédelmi ellenőrzés elsősorban a hatályos fogyasztóvédelmi jogszabályok érvényesülésének ellenőrzését jelenti. Hazánkban jellemzően a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (NFH) és a fővárosi, megyei kormányhivatalok illetékes szervei (területi szervek)<sup>4</sup> végzik ezt a tevékenységet. A területi szervek ellenőrzéseit vizsgálva (5. ábra) 2006-2009-ig folyamatos növekedést mutatnak a számok, majd 2011-ben radikális csökkenést, melynek oka - az NFH munkatársainak véleményére alapozva - az akkor zajló területi integráció volt. Annak eredményeként alakították át az ellenőrzések szempontrendszerét, többnyire átfogó ellenőrzéseket kezdtek végezni. A majdnem 50 százalékos visszaesés 2011-et követően folyamatosan emelkedni kezdett és 2014-re már megközelítette a három évvel korábbi állapotot. Abban az évben több mint 42 000 ellenőrzést végeztek a területi felügyelőségek. Ha abból a feltevésből indulunk ki, hogy a kifogásolási arány csökkenése a fogyasztóvédelem

<sup>3</sup> (Csiszár, 2014)

<sup>4</sup> 2015. április 1-től Műszaki Engedélyezési és Fogyasztóvédelmi Főosztály néven működnek, ezt megelőzően Fogyasztóvédelmi Felügyelőségek volt a megnevezésük.

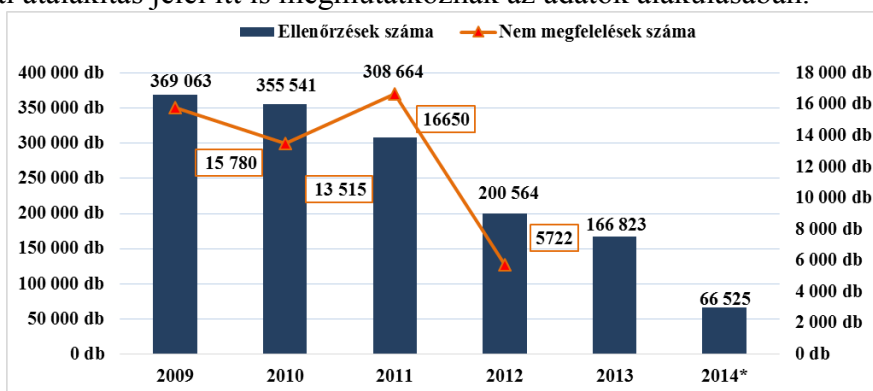
helyzetének erősödését mutatja, akkor 2006-hoz képest jelentős javulás figyelhető meg, vagyis míg korábban minden második (47,3%), addig 2013-ban már csak minden harmadik ellenőrzés (31%) során tártak fel valamilyen hiányosságot. A területi fogyasztóvédelmi szervek azon ellenőrzéseinek számát és kifogásolási arányait vizsgálva, amelyeket a helyi fogyasztói panaszok kivizsgálása miatt végeztek, láthatóan jelentősen magasabb kifogásolási arányok mutatkoznak, melyből megállapítható, hogy milyen jelentősége van a lakossági bejelentéseknek a fogyasztóvédelem hatékonyabb működésében.



**5. ábra: A területi fogyasztóvédelmi hatóságok által végzett ellenőrzések 2006-2014**

Forrás: Saját gyűjtés és szerkesztés a 2006-2014. évi NFH beszámolók adatainak felhasználásával

Az **élelmiszerlánc felügyeletéhez** kapcsolódó **ellenőrzéseket**<sup>5</sup> fő szervként a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hatóság (NÉBIH) és a fővárosi, megyei kormányhivatalok illetékes szervei végzik. Az élelmiszerlánc felügyeleti ellenőrzések alakulását mutatja a 6. ábra. A 2012. évi szervezeti átalakítás jelei itt is megmutatkoznak az adatok alakulásában.<sup>6</sup>



**6. ábra: Az élelmiszerlánc felügyeleti ellenőrzések 2009-2014**

Forrás: Saját gyűjtés és szerkesztés (NÉBIH, 2012), (Fazekas, 2014) és (Bíró, 2015) adatai alapján

\*Az adatok részleges eredmények

<sup>5</sup> Ezt az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény szabályozza. Az élelmiszerlánc-felügyeleti szerv ellenőrzési tevékenysége kiterjed a zöldség- és gyümölcs-, a takarmány-, az állat-egészségügy-, állatvédelem-, állattenyésztés-, élelmiszerbiztonság- és élelmiszerminőség ellenőrzésére.

<sup>6</sup> Ebben az évben hozták létre a NÉBIH szervezetét a Magyar Élelmiszer-biztonsági Hivatal Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatalba történő integrálásával egy hatékonyabb szervezeti forma kialakítása érdekében.



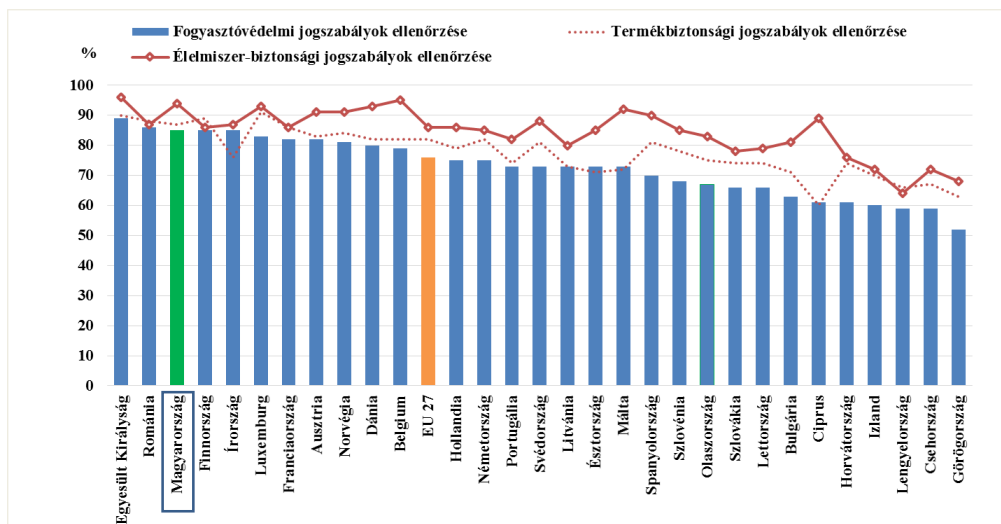
A piacfelügyeleti ellenőrzéshez alapvetően a termékbiztonság felügyeletéhez kapcsolódó, nem élelmiszerjellegű ellenőrzések tartoznak. Az Unió tagállamaiban, így Magyarországon is ilyen tevékenységet<sup>7</sup> a piacfelügyelet ellátásáért felelős nemzeti hatóságok végeznek, melyeket piacfelügyeleti hatóságnak neveznek.<sup>8</sup> Hazánkban kormányrendelet<sup>9</sup> pontosan fel is sorolja azokat. A piacfelügyeleti ellenőrzések tervezéséhez kiindulási alapot szolgáltat az EU RAPEX<sup>10</sup> rendszere, valamint az NFH által működtetett KPIR<sup>11</sup>. Ez a két rendszer szolgál a hatóságok egymás közötti információ megosztásra. Mindezek mellett 2014. január 1-jétől az NFH megkezdte az ICSMS rendszer<sup>12</sup> használatát is. Az 1. táblázat a hazai piacfelügyeleti tevékenység főbb erőforrás adatait mutatja, amely csökkenő tendenciát jelez.

**1. táblázat: A piacfelügyeleti hatóságok tevékenységeinek főbb adatai Magyarországon**

Év	A piacfelügyeleti hatóságok rendelkezésére álló költségvetés (EUR)	A piacfelügyeleti hatóságok rendelkezésére álló személyzet száma (fő)	Ebből a piacfelügyeleti hatóságok rendelkezésére álló ellenőrök száma (fő)
2010	1 330 062	131	85
2011	2 131 214	143	93
2012	1 975 866	120	79
2013	1 855 328	137	89

Forrás: Saját összeállítás az (NFH, 2013) dokumentum adatai alapján

Nemzetközi kitekintésben vizsgálva ezt a kérdéskört a 7. ábra azon megkérdezett vállalkozások arányát szemlélteti, akik szerint országukban a hatóságok aktívan ellenőrzik és biztosítják ezen jogszabályoknak való megfelelést. A megkérdezett hazai vállalkozók szerint Magyarországon aktív ellenőrzés folyik, mivel az európai országok rangsorában hazánk a 3. helyen szerepel a fogyasztóvédelmi- és az élelmiszerbiztonsági, míg 5. helyen szerepel a termékbiztonsági jogszabályok ellenőrzésénél.



**7. ábra: A hatósági ellenőrzések vállalkozói megítélése, 2012**

Forrás: Saját szerkesztés (Flash EB 359, 2013) kutatási eredmények alapján

<sup>7</sup> A hatóságok tevékenységei az alábbi témakörökre terjednek ki: a villamosági termékek, gépek, egyéni védőeszközök, ruházati termékek, lábbelik, játszótéri eszközök, mutatványos berendezések, öngyújtók, gyermekjátékok, bútorok, mosó- és tisztítószerek, építési termékek, festékek és lakkok, kozmetikumok, valamint minden egyéb a fogyasztói forgalomba szánt termék.

<sup>8</sup> 765/2008/EK rendelet 2. cikk 18. pont

<sup>9</sup> Piacfelügyeleti tevékenység részletes szabályairól szóló 6/2013 (I.18) Kormány rendelet 2. § 1. bekezdés

<sup>10</sup> Veszélyes termékek gyors riasztási rendszere (Rapid Alert System for Non-food Consumer Products)

<sup>11</sup> Központi Piacfelügyeleti Információs Rendszer

<sup>12</sup> Piacfelügyeleti információcsere rendszer

## 2.2. Fogyasztói jogérvényesítési tevékenység

A fogyasztói jogérvényesítési tevékenységek csoportjába a panaszkezelés, a békéltetés és végső esetben a bírósági eljárás sorolható. A panaszkezelés területi szinten az érintett vállalkozásoknál kezdődik. Ha a vállalkozásnál nem sikerül a problémát megoldani, akkor a fogyasztó jogait elsőként a területi, majd a központi szinten működő hatósági intézményeknél is érvényesítheti. A területi szintű szervekkel rendelkező hatóságok (melyek a megyei és fővárosi kormányhivatalok szerveiként működnek) járnak el első fokon a közigazgatási hatósági ügyekben. Magyarországon 2010 augusztusában minden megyében és a fővárosban felállították a Hatósági Tanácsadó Irodák országos hálózatát, mely az NFH keretein belül működnek. Azóta nemcsak személyes, postai, panasztételekre van lehetőség, hanem elektronikus és még hétvégi telefonos bejelentésekre is. Szintén 2011-től került át az Európai Fogyasztói Központ Magyarország(EFK) az NFH-hoz, mely a határon átnyúló panaszkezelési tevékenységben tölt be jelentős szerepet. Ezekhez kapcsolódóan szemlélteti a 2. táblázat az ügyfélforgalom és a beérkezett panaszok, kérelmek alakulását. Az új rendszer bevezetését követően láthatóan területi szinten folyamatosan csökken az ügyfélforgalom, míg nő a kérelmek, bejelentések száma. A beérkező panaszok 20-25 százaléka a közszolgáltatások területét érinti, ezért 2014-ben minden megyében, valamint a fővárosban Fogyasztóvédelmi rezsipontot állítottak fel. Az EFK statisztikái szerint egyre több bejelentés érkezik, azon belül is a hazai számok növekednek leginkább, melyhez kapcsolódóan a szervezet egyre nagyobb összegben érvényesíti sikeresen a hazai fogyasztók határon átnyúló ügyletekből eredő vagyoni igényeit, így a szervezetnek 2013-ban több mint 11 millió forintot sikerült visszaszereznie.

**2. táblázat: Információközvetítési statisztikák Magyarországon 2008-2013**

Megnevezés	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ügyfélforgalom száma a fogyasztó-védelmi területi szerveknél (fő)	113 862	113 654	93 064	85 759	86 565	62 129	104 605
Beérkezett kérelmek, bejelentések száma a területi szerveknél (db)	17 046	17 494	20 817	21 045	25 261	28 311	n.a
A hazai EFK-hoz beérkezett határon átnyúló ügyletekhez kapcsolódó panaszok száma (db)	n.a	n.a	n.a	341	320	360	428
Ebből hazai bejelentés (db)	n.a	n.a	n.a	142	176	210	228
külföldi bejelentés (db)	n.a	n.a	n.a	199	144	150	200
A sikeresen megoldott panaszügyek értékbeni érvényesítése vagyoni igényeket érintő ügyletek esetén (mFt)	n.a	n.a	n.a	10	13,5	15,70	16,34
Ebből a magyar fogyasztókat érintő (mFt)	n.a	n.a	n.a	n.a.	7,83	11,56	10,73

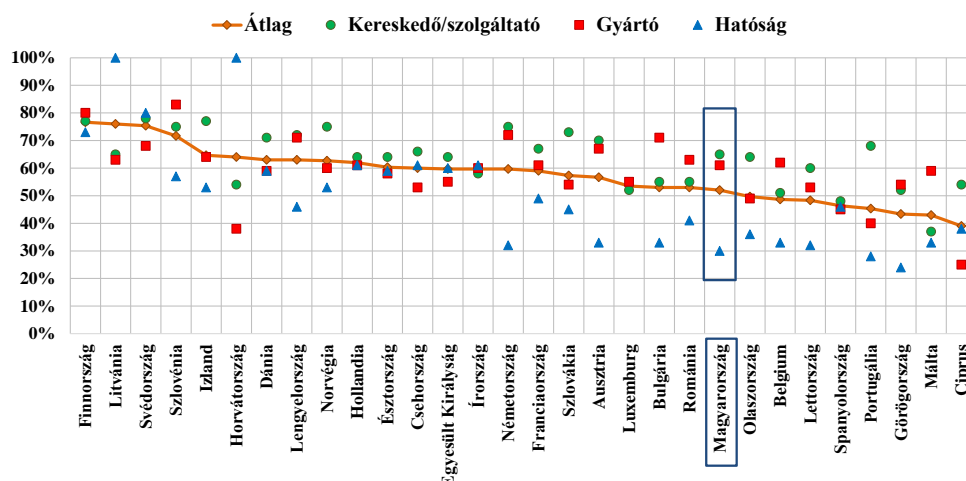
Forrás: Saját összeállítás az NFH 2008 és 2014 közötti éves beszámolóai alapján

A határokon átnyúló kereskedelemhez kötődő panaszkezelések lakossági elégedettségének nemzetközi felmérését mutatja a 8. ábra. Az eredmények országonként mintegy 1000 fős fogyasztói mintából azok arányát szemléltetik, akik ténylegesen tettek panaszt.<sup>13</sup> A panaszkezelések e három lépcsőjét vizsgálva, Finnországban a legmagasabb azon fogyasztók átlagos aránya (77%), akik meg vannak elégedve a kereskedőknél, a gyártóknál és a hatóságoknál tett panaszok kezelésével. A 30 ország átlagos elégedettségének rangsorában, Magyarország 8 országot előz meg. Hazánkban a kereskedő/szolgáltató panaszkezelésével a leginkább elégedettek a fogyasztók (65%), a gyártók esetében ez 61%, míg a hatóságoknál 30%. A legalacsonyabb érték jellemzően mindenhol a hatóságokkal való elégedettség, bár megjegyzendő, hogy itt a minta is alacsony számú. Ennek ellenére annyi megállapítható, hogy

<sup>13</sup> A kereskedők/szolgáltatók esetében ez átlagosan 200 főt, a gyártóknál 25 főt, míg a hatóságok esetében 10 főt tett ki.



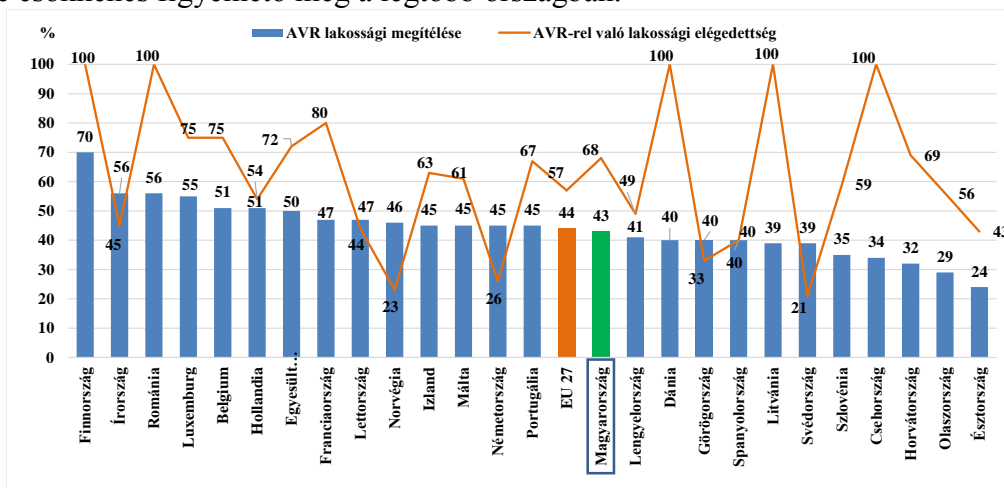
a hatóságoknak ebben a tekintetben nagyobb hangsúlyt kellene fektetnie a fogyasztói kapcsolattartásra.



**8. ábra: A határon átnyúló panaszkezelések lakossági elégedettsége Európában, 2012**

Forrás: Saját szerkesztés (Flash EB 358, 2013) kutatási eredmények alapján

Ha nem sikerült a vállalkozóval megoldani a problémát, a fogyasztó a hatósághoz fordulás helyett/mellett választhat alternatív vitarendezési módot is. Ennek egyik formája a békéltetés, melyhez két fő szervezet is társítható. Egyik az általános békéltető testületi eljárást lefolytató békéltető testületek (minden megyében és fővárosban a kereskedelmi és iparkamarák<sup>14</sup> mellett működnek), míg másik a pénzügyi békéltetési eljárást végző Pénzügyi Békéltető Testület. Ezek a testületek az alternatív vitarendezési fórumok (AVR) egyik legjelesebb hazai képviselői. A 9. ábra az AVR lakossági megítélését és a vele való elégedettséget szemlélteti.<sup>15</sup> A megítélés azon fogyasztók százalékos arányát mutatja, akik úgy vélték, hogy a vitás ügyek kereskedőkkel/szolgáltatókkal alternatív módon könnyen rendezhetők. Magyarországon a megítélés 1 százalékponttal az uniós átlag alatt van. Az előző időszak felmérési eredményeit tekintve csökkenés figyelhető meg a legtöbb országban.



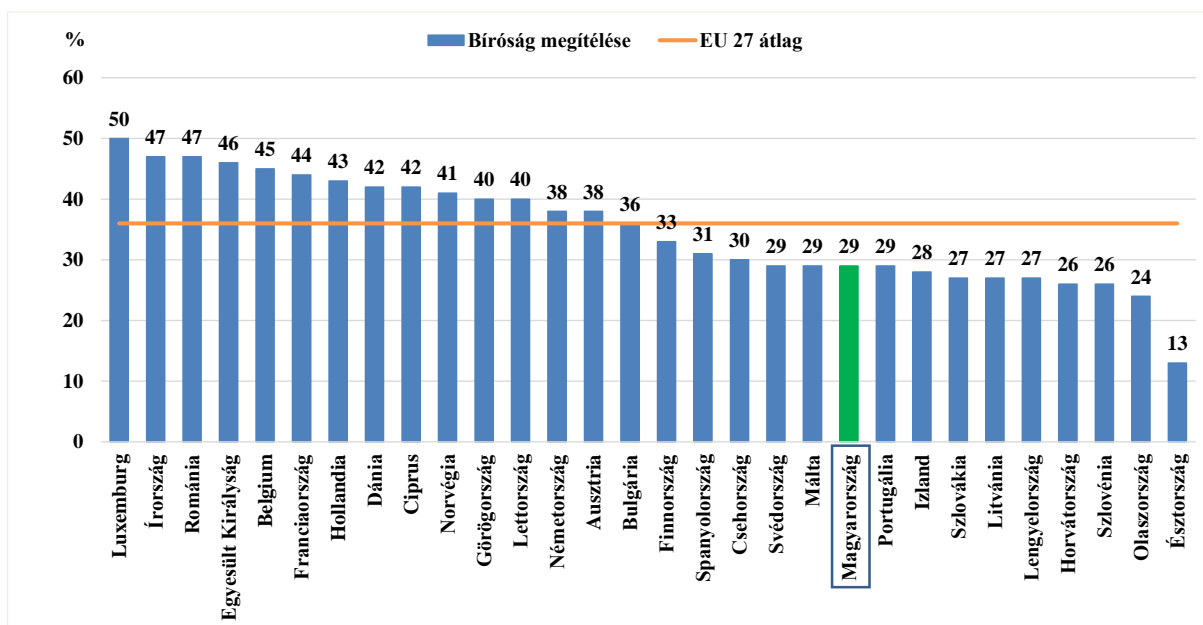
**9. ábra: Az alternatív vitarendezés lakossági megítélése 2012**

Forrás: Saját szerkesztés (Flash EB 358, 2013) kutatási eredmények alapján

<sup>14</sup> E köztisztviselők a fogyasztóvédelem igazgatásában hatósági jogosítványokkal nem rendelkeznek, de a fogyasztóvédelmi törvény és a kamarai törvény néhány fontos feladatot és jogosítványt biztosít számukra. Így a gazdasági kamarák határozatban figyelmeztetik a fogyasztók érdekeivel ellentétes gazdasági tevékenységet folytató és ezzel a gazdálkodó szervezetek széles körének jó hírnevét sértő, vagy veszélyeztető kamarai tag gazdálkodó szervezeteket, és a figyelmeztetést nyilvánosságra is hozzák. A kamarák együttműködnek a fogyasztóvédelmi hatósággal és a Gazdasági Versenyhivattal. (Bekényi, et al., 2014)

<sup>15</sup> A megítélés esetében a minta átlagosan 1000 fő, míg az elégedettség esetében 7 fő. Az ábrán nem szerepel Ausztria, Bulgária, Ciprus és Szlovákia értékeit, abból adódóan, hogy a tanulmány 1 fő választát nem tekint releváns eredménynek.

Az eredményeket összevetve az AVR igénybevételi elégedettségével, az látható, hogy akik már igénybe vettek ilyen szolgáltatást, azok többsége elégedett is volt vele. A hazai vállalkozók jellemzően kevésbé vesznek részt a jogérvényesítés ezen módjában, melynek mélyebb vizsgálata mindenképpen indokolt lenne, ezáltal hosszabb távon a fogyasztóvédelmi rendszer működésének hatékonysága is javulhatna. A jogérvényesítés utolsó lépcsője a bírósági eljárás. A fogyasztók ügyei először a járási, illetve a közigazgatási bíróságokhoz kerülnek kivizsgálásra, amennyiben itt sem születik egyöntetűen elfogadott döntés, az ügy a bírói hierarchia eggyel magasabb szintjére, a törvényszékre kerül. Magyarországon a bírósági eljárást ítélik meg a fogyasztói jogérvényesítésben a legkevésbé hatékony lehetőségnek a panaszkezelés és az alternatív vitarendezés mellett, hiszen itt a fogyasztók mindössze 29%-a véli úgy, hogy a vállalkozással folytatott vitája során ügyét könnyen rendezhetné a bíróságon. Az elmozdulást tekintve viszont hazánk azon országok közé tartozik, ahol a legnagyobb javulás figyelhető meg az előző évekhez képest.<sup>16</sup>



**10. ábra: A bírósági eljárás megítélése Európában, 2012**

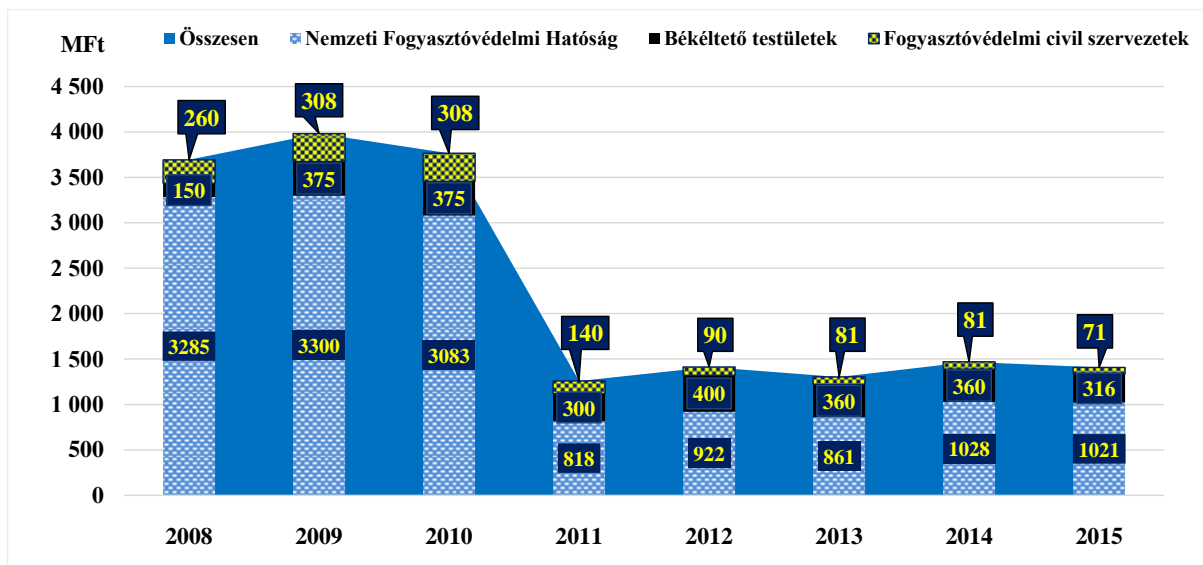
Forrás: Saját szerkesztés (Flash EB 358, 2013) kutatási eredmények alapján

### 2.3. Támogató tevékenység

A támogatási formák közül a tanulmány az állami hozzájárulást vizsgálja, amely alapvető fontosságú a fogyasztóvédelmi rendszer működésében. A hozzájárulás elsődleges megnyilvánulási formája, hogy az állami fogyasztóvédelmi intézmények többsége költségvetési szerv, azaz éves költségvetési keretből gazdálkodnak, melynek jelentős részét az állami támogatás teszi ki. Az elmúlt évek költségvetési támogatásainak alakulását szemlélteti a 11. ábra a főbb fogyasztóvédelmi szervezeteknél, így a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság, a békéltető testületek és a fogyasztóvédelmi civil szervezetek esetében. Az NFH-nál a 2011. évben szervezeti átalakítás történt (ettől kezdve a területi szervek gazdálkodását a kormányhivatalok végzik), melynek következményeként csökkent a támogatás. A békéltető testületeket az állam ügyszámarány alapján támogatja, mely évről évre folyamatosan növekszik, 2014-ben már 10 210 ügyet vizsgáltak ki. A civil szervezetek támogatása pályázati úton történik, ennek előirányzott összegei 2010-től folyamatos csökkenést mutatnak, jelenleg, azaz 2015-ben a szervezetek által megpályázható összeg mindössze 71 millió forint. A

<sup>16</sup> 2006-ban 13%; 2008-ban 18%; 2010-ben 9%; míg 2011-ben már 22% volt.

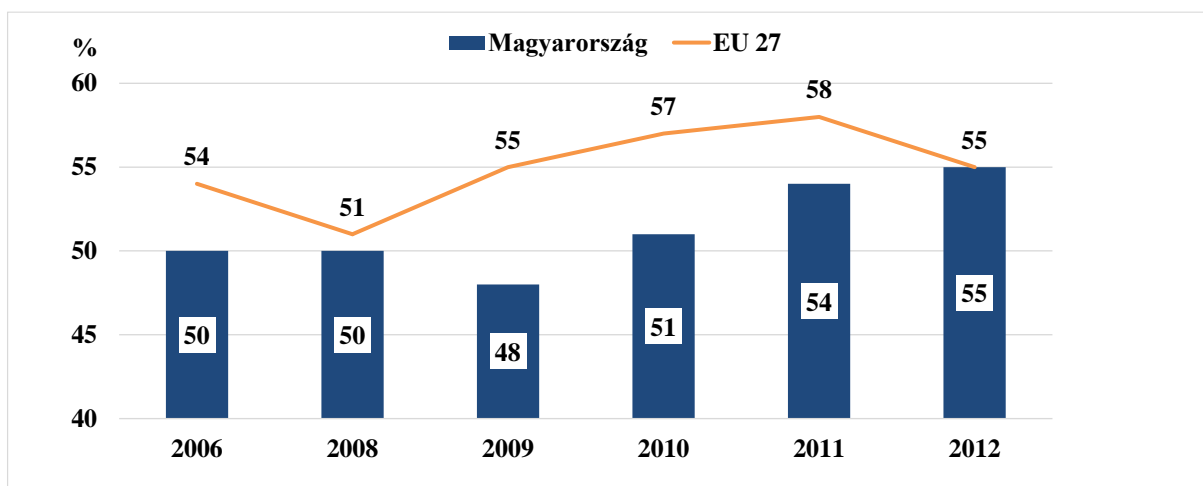
békéltető testületek támogatottsága 2012-től szintén csökkenést mutat (az ügyszámok növekedésének ellenére), 2015-ben ez az összeg 316,8 millió forint volt, míg a nemrégiben elfogadott költségvetési javaslat szerint 2016-ban 330 millió forintra fog növekedni. A szervezetek együttes állami támogatásának alakulását vizsgálva nagyon alacsony pozitív irányú elmozdulás tapasztalható az elmúlt évekre visszamenőleg.



**11. ábra: Állami támogatások a fogyasztóvédelem intézményrendszerében**

Forrás: Saját gyűjtés és szerkesztés a 2007-2014 közötti éves költségvetési törvények előirányzatai alapján

Az állami intézkedések hatását egy nemzetközi felmérés<sup>17</sup> adatait alapul véve Magyarországon 2009-től kezdve a fogyasztók egyre pozitívabbnak ítélik meg a fogyasztóvédelmi rendelkezéseket (12. ábra). A hazai eredmények 2009-2011-ig az uniós átlaghoz hasonló tendenciát mutatnak, míg 2012-ben először éri el az uniós átlagot (55%). Ez a hazai fogyasztóvédelmi politika kapcsán meghatározott intézkedések pozitív hatásait is jelzi.



**12. ábra: A fogyasztóvédelmi intézkedések lakossági megítélése**

Forrás: Saját szerkesztés (Special EB 252, 2006), (Special EB 298, 2008), (Flash EB 282, 2010), (Flash EB 299, 2011), (Flash EB 332, 2012), (Flash EB 358, 2013) kutatási eredmények alapján

<sup>17</sup> A diagram azon fogyasztók százalékos arányát szemlélteti, akik egyetértettek azzal a kijelentéssel, mely szerint a jelenlegi fogyasztóvédelmi intézkedések megfelelő mértékben védik őket.

### 3. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Magyarország fogyasztóvédelmi rendszere más fejlett piacgazdaságokhoz képest (több területen) még lemaradásokat mutat. Hazánkban e terület kialakulása csak két három évtizedre nyúlik vissza, ezért a fogyasztóvédelem még nincs úgy jelen sem a fogyasztói-, sem a vállalati kultúrában, mint más országokban. A szabályértvényesítési tevékenységrendszerben legnagyobb súlyt képviselő hatósági ellenőrzés jellemzően javította a jogszabályok betartását, azonban a jövőt illetően szükséges lenne annak több aspektusból történő átvizsgálására (hatékonyság, eredményesség, erőforrás stb.) A fogyasztói jogértvényesítésben az alternatív vitarendezés szerepe egyre jelentősebb, igénybevétele viszont alacsonynak mondható. Az állam szerepvállalása alapjaiban meghatározó tényező, mind a beavatkozások, mind a rendelkezésre álló erőforrások tekintetében, melyek stagnálást mutatnak az elmúlt időszakot vizsgálva. Összességében számos pozitív irányú változás tapasztalható a fogyasztóvédelem rendszerében, azonban az eredmények azt is jelzik, hogy a legtöbb területen fejlesztésre, átgondolt intézkedések meghozatalára lenne szükség.

### 4. IRODALOMJEGYZÉK

- [1.] Bekényi, J. et.al. (2014): Gazdasági igazgatás. Budapest. FÁMA Zrt
- [2.] Csiszár, Cs. M. (2014): A fogyasztóvédelem rendszertani megközelítése nemzetközi kitekintéssel. Mór, KHEOPS Automobil-Kutató Intézet, pp. 244-257.
- [3.] EURÓPA 2020 (2010): EURÓPA 2020 - Az intelligens, fenntartható és inkluzív növekedés stratégiája. Brüsszel: Európai Bizottság.
- [4.] Európai Bizottság, (2013): A fogyasztói piacok eredménytáblája, Brüsszel
- [5.] Fazekas, S. (2014): B/806. számú beszámoló az élelmiszerlánc-biztonságról. Budapest: Magyarország Kormánya Országgyűlési Hivatala.
- [6.] Flash EB 282 (2010): Attitudes towards Cross-border Sales and Consumer Protection, Belgium: European Commission.
- [7.] Flash EB 299 (2011): Consumer Attitudes towards Cross-border Trade and Consumer Protection, Belgium: European Commission.
- [8.] Flash EB 332 (2012): Consumer Attitudes towards Cross-border Trade And Consumer Protection, Belgium: European Commission.
- [9.] Flash EB 358 (2013): Consumer Attitudes towards Cross-border Trade And Consumer Protection, Belgium: European Commission.
- [10.] Flash EB 359 (2013): Retailers' Attitudes towards Cross-border Trade and Consumer Protection, Belgium: European Commission.
- [11.] Market monitoring (2013): Monitoring Consumer Markets in the European Union 2013 – Part III, Brüsszel: European Commission.
- [12.] NÉBIH (2012). Élelmiszerlánc-felügyeleti összefoglaló jelentés 2012. Budapest: Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal.
- [13.] NFH (2013): Beszámoló a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság piacfelügyeleti tevékenysége működésének felülvizsgálatáról és értékeléséről (2010-2013). Budapest: NFH.
- [14.] Special EB 252 (2006): Consumer Protection in the Internal Market, Belgium: European Commission.

- [15.] Special EB 298 (2008): Consumer Protection in the Internal Market, Belgium: European Commission.

### **Internetes hivatkozások**

- [1.] Bíró, P. (2015): Ilyen volt a NÉBIH 2014-es éve.  
[Online] Available at: [http://www.elelmiszer.hu/cikk/ilyen\\_volt\\_a\\_nebih\\_2014\\_es\\_eve](http://www.elelmiszer.hu/cikk/ilyen_volt_a_nebih_2014_es_eve),  
[Hozzáférés dátuma: 2015.07.10].
- [2.] Eurostat (2012): *Real adjusted gross disposable income of households per capita*.  
[Online] Available at:  
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=0&language=en&pcod e=tec00113> [Hozzáférés dátuma: 2015.07.20.].

### **Jogszabályok**

- [1.] 2007. évi CLXIX. törvény Magyarország 2008. évi központi költségvetéséről
- [2.] 2008. évi CII. törvény Magyarország 2009. évi központi költségvetéséről
- [3.] 2008. évi XLVI. törvény az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről
- [4.] 2009. évi CXXX. törvény Magyarország 2010. évi központi költségvetéséről
- [5.] 2010. évi CLXIX. törvény Magyarország 2011. évi központi költségvetéséről
- [6.] 2011. évi CLXXXVIII. törvény Magyarország 2012. évi központi költségvetéséről
- [7.] 2012. évi CCIV. törvény Magyarország 2013. évi központi költségvetéséről
- [8.] 2013. évi CCXXX. törvény Magyarország 2014. évi központi költségvetéséről
- [9.] 2014. évi C. törvény Magyarország 2015. évi központi költségvetéséről
- [10.] 765/2008/EK rendelet a termékek forgalmazása tekintetében az akkreditálás és piacfelügyelet előírásainak megállapításáról és a 339/93/EGK rendelet hatályon kívül helyezéséről
- [11.] 6/2013 (I.18) Kormány rendelet a piacfelügyeleti tevékenység részletes szabályairól